Issue 180

CREATIVITÀ, TENDENZE, PRODOTTO

Registrazione tribunale di Milano n° 528 del 25/10/2011

Un'immagine di "Array", la nuova seduta da auditorium progettata da Zaha Hadid per Poltrona Frau Contract. Dalla mostra "Multiplicities", di scena alla Fonderia Napoleonica Eugenia durante la design week milanese (articolo a pagina 76).

di Patrizia Coggiola

Global crossover

Una kermesse in cui l'asfalto di Milano diventa rovente. Sette giorni che ormai sono diventati dieci, con vernissage già dal venerdì precedente. A gennaio comincia l'attesa e, di settimana in settimana sale la tensione. Non ci sono altre fiere o design week che tengano: ogni persona che lavora, studia o guarda al design nel mondo ambisce prima o poi a venire a Milano. Un gigantesco meeting point globale, che non ha esempi comparabili in altri settori. Se fino a dieci anni fa i trend erano lanciati dalle aziende italiane, ora Milano è il variopinto e poliglotta palcoscenico su cui, non più le aziende, ma le stesse nazioni competono per primeggiare. E così, emergere, anche per il nostro settore industriale diventa sempre più difficile, nonostante il Salone sia un grande vanto del nostro Paese. Piuttosto, tra le aree più propositive e in espansione sul piano del business figura la Scandinavia: dopo decenni di buoni investimenti sulla giovane creatività e di incentivi pubblici al settore, il design nordico approfitta oggi di un sistema arredo dal profilo solido, con volumi di fatturato raddoppiati nell'ultimo decennio e un prodotto che convince praticamente ogni target. In queste pagine cerchiamo di capire quali sono gli elementi su cui si è costruito e si continua a costruire questo successo che non conosce latitudini. E intanto prepariamo le agende: una selezione tra gli eventi più interessanti non può che comprendere quei distretti in cui la creatività emergente fa tendenza o le prestigiose mostre culturali con cui Milano di fregia grazie alla settimana del design. Mentre continuano ineffabili gli showcooking stellati a frotte di agenti tedeschi, le showroom di moda hanno cominciato a dipanare il bandolo su come porsi rispetto al settore e, archiviate le velleità da home collection (un solo mercato russo, per tutte, non bastava…) ora presentano progetti con una identità definita e concreta. Il design sta cambiando pelle e questa crisi lo trasforma. Pensiamo in meglio.

UP NORTH

Viaggio nel sistema design scandinavo, uno dei più solidi e propositivi al mondo.

di *Patrizia Coggiola*

Carry-On, pouf, design Mattias Stenberg per Offecct.

"Se si dovesse costruire una casa in cui chiunque vorrebbe vivere, allora l'architetto dovrebbe essere italiano, l'ingegnere tedesco, inglese il giardiniere, e l'artigiano o svizzero o giapponese. Ma riguardo all'interior designer, senza dubbio, dovrebbe venire dalla Scandinavia". Questo è il pensiero della design blogger più letta in Nord Europa, **Emma Flexeus** del blog *Emmas.blogg.se*. Sfogliando le corporate mission delle aziende nord europee alcune parole ricorrono costantemente: "Sustainability and longevity"(…) "inner sense of respect for quality"(…) "Timeless, humanistic approach", velando la produzione di un forte senso ideologico.
Per comprendere meglio si può partire da un esempio su tutti, quello di **Artek**. Fu fondata nel 1935 in Finlandia da quattro giovani idealisti, Alvar e Aino Aalto, Maire Gullichsen e Nils-Gustav Hahl, con l'obiettivo di "vendere complementi d'arredo e promuovere una cultura moderna dell'abitare tramite mostre e altri dispositivi educativi". Vendere per educare e promuovere cultura. Tutto il senso del design scandinavo sta scritto qui. Da quasi un secolo la cultura del design in Nord Europa si intreccia con una idea della vita e della società più etica. Il design viene visto come un mezzo per migliorare la quotidianità. Questa forte visione

Lukki, sistema di sedute, design Ilmari Tapiovaara per Artek.

Visu, lounge chair, design Mika Tolvanen per Muuto.

DOVE ESPONE IL DESIGN SCANDINAVO

Svezia:
Stockholm Design Week
www.stockholmdesignweek.com
Stockholm Furniture Fair e Northern Light
www.stockholmfurniturelightfair.se/en

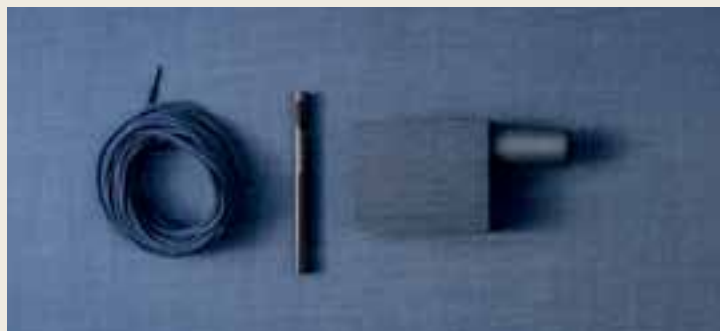
Norvegia:
Designers Saturday
www.designerssaturday.no

Finlandia:
Helsinki Design Week
www.helsinkidesignweek.com

Islanda:
Design March
www.designmarch.is

umanistica è alla base di un product design così atemporale, funzionale, durevole e pulito, che praticamente ogni oggetto o complemento in arrivo da Svezia, Norvegia, Finlandia, Danimarca e recentemente anche dall'Islanda è candidato a diventare un'icona di stile internazionale.
Ma perché, al di là degli idealismi che come si sa non pagano, il design scandinavo è così attraente? "Per le linee pulite e i materiali naturali", risponde senza indugio Thommy Bindefeld dello storico negozio **Svenskt Tenn** di Stoccolma, "è in sintonia con qualsiasi altro stile, e supera la prova del tempo e dei cambiamenti di gusto senza una ruga". Anche il designer finlandese **Mika Tolvanen** conferma: "I prodotti dal carattere scandinavo hanno una natura discreta, senza tempo e facilmente riconoscibile, allo stesso tempo funzionale ed ergonomica. L'attenzione si concentra sulla precisione e sui dettagli, limati nel corso di un intenso processo creativo, studiando ogni singola curva, angolo e dettaglio fino ad arrivare alla perfezione".
Una nuova generazione di designer sta consapevolmente costruendo una rete locale di relazioni, per garantire innovazione sostenibile delle tradizioni produttive.
Tanto che l'istituto di promozione del design svedese **Svensk Form** presenterà **New Makers and Doers** (all'interno della piattaforma '**Swedish Design Goes Milan**' al Temporary Museum of Design in Tortona Design Week), una mostra di 12 micro-produzioni attivate proprio da designer lavorando

I CREATIVI DEL NORD CONQUISTANO L'ESTERO

Mentre le aziende guardano con soddisfazione al mercato interno, gli studi di design scandinavi colonizzano le collezioni internazionali più innovative anche italiane, oltre a lavorare abbondantemente per i connazionali. Gli esempi più interessanti sono il collettivo FUWL (acronimo di Form Us With Love) che disegna per Cappellini e DePadova, il trio femminile Form assoldato da nomi come Moooi, Moroso, Veuve Cliquot e Porro e lo studio Note, che lavora per marchi come Zero, Örsjö, Zilenzio e le italiane Seletti e Ex-T.

Dandelion, piastrelle a decoro, design Claesson Koivisto Rune per Marrakech Design.

direttamente con le maestranze del territorio: Folkform, Klong, Lith Lith Lundin, Lukas Dahlén, Quiet Design, Rumbler, Sami Kallio Studio, Snickeriet, Färg & Blanche, Studio Greiling, Very Very Gold e Woodstockholm.

Il sistema arredo scandinavo è talmente solido da essere per certi versi autoreferenziale: vi sono aziende come **Hay**, **Abstracta** o **DesignHouse**, che scelgono di non presentare altro che in 'casa' le proprie novità: quello è il loro mercato di riferimento e non ambiscono ad altro. Interpellate sul perché non espongono a Milano, offrono una risposta che non lascia margini di dubbio: il nostro target è il Nord Europa.

La classe media del Nord Europa è il vero obiettivo attorno a cui si è costruita l'offerta di prodotto di design (e anche della moda) scandinava. Diversamente dal resto dell'Europa, il ceto medio a nord ha mantenuto una solida capacità di acquisto, è colto e investe su prodotti di alto profilo. Attorno a questo consumatore eccellente si è costruito il sistema design degli ultimi venti anni. Le caratteristiche del design nordeuropeo, fatte di estetica lineare, durabilità, concretezza e praticità sono, dunque, plasmate sulle richieste di una popolazione cresciuta alimentandosi dei princìpi che da più di un secolo impongono alti standard alle aziende del nord. Per questo il fenomeno **Ikea** (non siamo riusciti a non citarla…) non rappresenta l'epitome di questo filone, quanto piuttosto una deviazione, verso il basso.

Un giro tra i padiglioni della Stockholm Furniture Fair aiuta a comprendere come il design nordico abbia radici antiche, anche precedenti a quelle del design italiano. **Berga** nasce nel 1896, **Artek** come già visto nel 1935, **Lammuts** e **Swedese** nel 1945, 1949 per **Bolon**: sono solo alcune delle aziende frutto di una già forte pattuglia produttiva tra le due

In alto: Ready Made Curtain, kit per tendaggio, design Fratelli Bourroullec, Kvadrat (ph: Casper Sejersen). Qui sopra: copertina del libro "Northern Delights. Scandinavian Homes, Interiors and Design".

Capisco Puls, sedute per ufficio, HÅG.

Mikado, credenza, design Front per Porro.

Guerre. Un modello imprenditoriale che ha varcato i decenni (pur con vicende alterne) per approdare su basi solidissime al mercato contemporaneo. Con le dovute differenze, il turnover di tutte queste aziende negli ultimi dieci anni è quasi raddoppiato.
Nella seconda generazione troviamo **Kvadrat** (1968), **David Design** (1988), **Offecct** (1990), mentre tra i recenti figurano **Zero** (2003) o la splendida **Marrakech Design**, azienda specializzata nell'adattamento al gusto nordico della tradizione delle marmette di cemento decorato. Disegnata da firme quali Claesson Koivisto Rune e Mats Theselius, la produzione è un eccellente esempio di artigianato locale di design, nientemeno che in Marocco, a Marrakech.
La Norvegia si presenta al Fuori Salone con **Inside Norway**.
Anche per i norvegesi, la cultura del progetto risale a più di un secolo fa, in un paese da sempre attento ai temi dell'ecologia e dell'ergonomia, tanto è vero che molte sono le aziende del comparto ufficio. Come spiega Knut Skoe, communication manager di **Norsk Industry**, "la produzione norvegese ammonta a 8,5 miliardi di corone ed è dominata da tre o quattro grossi player come **Stokke** che basano il fatturato per il 90% su export internazionale. Le compagnie che maggiormente rappresentano il tessuto norvegese sono medio-piccole, con un export al 25% e che si rivolgono al mercato scandinavo, con interessanti aperture verso l'Olanda".
Anche qui è strettissima la collaborazione tra designer nordici e aziende, creando un circolo virtuoso che ha alimentato sia la qualità dei prodotti che la quantità di studi presenti sul territorio. ■

BUY AND DESIGN LOCAL

Alcune delle aziende di maggior successo scandinave si rivolgono principalmente al mercato interno. Perché? Risponde la design blogger **Emma Flexeus** (Emmas.blogg.se) autrice del libro appena dato alle stampe "Northern Delights. Scandinavian Homes, Interiors and Design" (Gestalten, 2013): "Perché il mercato dell'arredo nei Paesi nordici è sufficientemente solido e l'interesse per il design, qui, è davvero grande. La maggioranza delle persone da noi è conscia dei benefici di una produzione locale: in Scandinavia acquistare mobili da aziende locali è una scelta consapevole, che ovviamente aiuta le imprese a sopravvivere". Come è strutturato il sistema arredo scandinavo? C'è supporto e dialogo con gli studi e designer emergenti? "La progettazione è fortemente sostenuta dai nostri governi e ci sono molte opportunità per nuovi designer, attraverso incentivi governativi. Inoltre, le sezioni speciali per gli emergenti nelle nostre fiere annuali sono l'occasione per essere scoperti da produttori e stampa locali".

NOT TO BE MISSED

di *Sisley Schio*

Una settimana non basta: gli eventi da vedere durante la Milano Design Week (9-14 aprile 2013) prendono sempre più terreno, anche sul calendario, con mostre che inaugurano già il 5 di aprile.

1 INFLUENZE ALLA TRIENNALE

Sesta edizione del Triennale Design Museum. È la volta della capacità, tutta italiana, di assimilare e confrontarsi con altri linguaggi: "La sindrome dell'influenza" curata da Pierluigi Nicolin restituisce la complessità di questo fenomeno, con il coinvolgimento di 22 designer italiani e internazionali impegnati nella realizzazione di inedite installazioni site-specific. Tra gli altri eventi da segnalare sempre alla Triennale, la mostra su Gae Aulenti a cura di Vanni Pasca e l'anteprima assoluta della concept car elettrica Z28 disegnata da Ross Lovegrove per Renault.

Inaugurazione venerdì 5 aprile, solo su invito

2 UNA NUOVA TORTONA DESIGN WEEK

Dopo anni di calo nel tenore delle proposte, Tortona Design Week sembra riacquistare nuovamente smalto sia per l'internazionalità che per la qualità degli eventi. Altissima presenza di collettivi internazionali: la piattaforma olandese Tuttobene, Creative Space Serbia e il design francese di VIA Design 2013 (Opificio 31, via Tortona 31); i mille metri quadri di Swedish Design Goes Milan, che riunisce tutte le presenze di design svedese dai brand alle associazioni ai giovani designer makers (Temporary Museum for New Design, via Tortona 27); il design cinese dalla Beijing Design Week (OCA, via Tortona 54); dall'Estremo Oriente il Singapore Furniture Industries Council (Carrozzeria, via Tortona 32).

3 LE RICERCHE DI FOSCARINI E INVENTARIO

Per la terza volta al Museo Poldi Pezzoli (via Manzoni, 12), la rivista Inventario e Foscarini tornano a esplorare l'identità di un oggetto quotidiano, in questo caso il libro. Nella casa-museo milanese, la mostra curata da Beppe Finessi seleziona progetti di grandi maestri, come Achille Castiglioni e Gae Aulenti, e designer della scena internazionale contemporanea, tra cui Martì Guixé, Giulio Iacchetti, Stefano Arienti.

Cocktail giovedì 11 aprile 2013 dalle 19.30

4 JUICE, IL CONCENTRATO DI DESIGN

Una bella selezione di gallerie, brand e studi di design a cura di Cristina Morozzi, Michela Pelizzari e Federica Sala in un inedito garage ricondizionato (Garage, via Maiocchi 5/7). Progetti di Sam Baron, Zaven, Fabrica e Nigel Coates; One Nordic con Luca Nichetto, FUWL, Staffan Holm, Gamfratesi, Mikko Halonen; Naoto Fukasawa, Christophe Pillet, Raffaella Mangiarotti, Eero Aarnio.

Cocktail giovedì 11 aprile dalle 19.00 alle 24.00

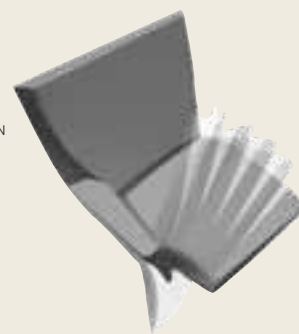
5 LE CONFERME DI VENTURA LAMBRATE

Senza bisogno di presentazioni, l'area Ventura Lambrate si prepara per la quarta volta a diventare il distretto principe dell'avanguardia internazionale. Tra le novità la "Ventura Warehouse" (via privata Oslavia 8), moltitudine di microesposizioni di talenti emergenti, "Ventura At Work" (via Dei Canzi ang. via G. Crespi) mostra di makers, autoproduzioni e design artigiano, e "Foodmade" di PadiglioneItalia (via Oslavia 3), dove 17 designer italiani si confrontano con il tema del cibo come elemento di condivisione e comunicazione.

Inaugurazione mercoledì 10 aprile dalle 20.00 alle 22.00

6 MULTIPLICITIES DI ZAHA HADID

Alla Fonderia Napoleonica Eugenia (via Thaon di Revel 21), verranno presentate alcune delle realizzazioni più recenti di design industriale e in edizione limitata dell'archistar iraqo-britannica: la nuova seduta da auditorium commissionata da Poltrona Frau Contract, il sofà Zephyr per Cassina e il tavolo Liquid Glacial Tables per la galleria londinese David Gill.

Cocktail mercoledì 10 aprile, solo su invito

7 RITORNO A MANGIAROTTI

La Galleria Carla Sozzani (corso Como 10) presenta una retrospettiva sulla straordinaria carriera dell'architetto, scomparso nel 2012. Attraverso disegni, modelli di studio, fotografie, sculture e video d'archivio viene creato un percorso che illustra la sua influenza sul design e l'architettura del XX secolo.

Vernissage sabato 6 aprile dalle 15.00 alle 20.00

6 Via Thaon de Revel, 21
7 Corso Como, 10
4 Via Maiocchi, 5/7
9 Sarpi District
3 Via Manzoni, 12
5 Ventura Lambrate
1 Viale Alemagna, 6
2 Zona Tortona
8 Viale Umbria, 42

8 LE "100 SEDIE" DI MARNI

Marni presenta nel nuovo spazio di viale Umbria l'edizione 2013 del progetto "100 sedie" che comprende modelli e colori legati all'idea di salottini in città. Per questo progetto charity la griffe è stata nominata per il premio Designs of the Year 2013 del Design Museum di Londra.

Inaugurazione giovedì 11 aprile dalle 18.00 alle 23.00

9 FUORISALONE SARPI BRIDGE

Da segnalare la prima edizione di una Oriental Design Week, nel cuore della China Town milanese, con progetti di design orientale ed eventi in sinergia con il territorio. Un'eccellente opportunità di dialogo e sinergie culturali, tra cui la mostra alla sede dell'ADI (via Bramante 29) "Design per il sociale".

Inaugurazione martedì 9 aprile dalle 18.30

IL DESIGNER DEI MONDI CONNIVENTI

di *Gloria Magni*

Odoardo Fioravanti Non ha ancora compiuto 40 anni e già vanta un Compasso d'oro e una mostra in Triennale tutta a lui dedicata. Gran bei traguardi, soprattutto per uno che ha l'aria di divertirsi sul serio mentre lavora sodo. Ha disegnato pezzi già sparsi per i vari musei del mondo, lievi e ludici, pur rigorosi. Che a lui piace sottrarre ai loro ambiti convenzionali per farli vivere attingendo forme colori e materie da mondi diversi. Alieni, anzi osmotici.

Lei ha raggiunto traguardi più che lusinghieri pur in una carriera ancora breve. Cosa ricorda con più emozione?
Sicuramente la vincita del Compasso d'oro (nel 2011, con la sedia Frida disegnata per Pedrali, ndr). Ora viene il bello però: devo dimostrare che me lo merito sul serio. A volte mi sbalordisce la velocità con cui accadono le cose, come si mi cascassero addosso e solo dopo io riuscissi ad elaborarle.

Perché alla mostra a lei dedicata è stato dato il titolo di "Industrious Design"?
Perché l'industrializzazione che sta intorno al design, anche nella sua accezione di manualità e operosità, è per me fondamentale. Noi designer ora interagiamo in maniera diversa con le aziende, che sono sempre più simili a editori bravi a distribuire e a comunicare. È dunque a noi che spetta l'ingegnerizzazione degli oggetti, la creazione dell'apparato che vi sta intorno: un lavoro, questo, che svolgiamo a priori e in autonomia.

Cosa presenterà al Salone del Mobile?
Due sedie per Segis, dall'estetica dinamica e solo in apparenza irregolare, una poltroncina imbottita per Casamania, col bracciolo avvolgente, e un letto per Dorelan che evoca un origami.

Da sinistra: la Frida Chair per Pantom, il premio Gianni Mazzocchi per Quattroruote, la jewellery box per Fluo. Qui sotto, la lampada Colibrì per Foscarini.

La massificazione dell'industria svilisce il Design (proprio scritto con la D maiuscola) o ne amplifica il senso?
La seconda che ha detto: ben venga la democratizzazione del mass market, che consente di abbassare i prezzi. Un pezzo di design non è un'opera d'arte fine a se stessa, ma deve vivere nelle case di tante persone, divulgandosi il più possibile.

Ha ancora senso parlare di design made in Italy ora che i confini si fanno ovunque sempre più labili?
Direi di no: ora che la condivisione di informazioni è così forte, credo che la creatività non abbia nessun senso di appartenenza nazionale.

Ora vorrei che lei stilasse delle classifiche con queste parole, definendo precise priorità. Approccio alla creazione: empirico o emozionale?
Direi più emozionale, però dipende dal momento.

Elementi di un oggetto: forma, materia, colore, funzione?
Mi sembra questo il giusto ordine: la forma è pensiero, la materia ne è il linguaggio, il colore è l'intonazione e la funzione è un viatico.

Un oggetto deve racchiudere, e trasmettere: un sorriso, un messaggio, un'emozione, l'adempimento di una funzione?
Soprattutto un messaggio e un'emozione, che è poi la bellezza che genera emozione. La funzione vien da sé, è imprescindibile ma ci penso dopo.

C'è un designer del passato che in qualche modo ha influenzato il suo stile?
Più di uno, in varie fasi. Ora mi viene spontaneo rispondere Dieter Rams, che lavorò a lungo per Braun disegnando veri pezzi cult come lo spremiagrumi MPZ22, del 1972 e tuttora in produzione, o Hans Wegner, disegnatore di sedie iconiche e senza tempo.

Un progetto che le sta particolarmente a cuore e che prima o poi realizzerà? Anche utopistico.
Una ruspa! Più precisamente un escavatore cingolato, quelli con un grande braccio rotante. Il mio sogno è di progettarne uno e poi guidarlo…

Poi dicono che non è vero che i designer, in fondo, hanno la sindrome di Peter Pan. ■

LA NUOVA LUCE

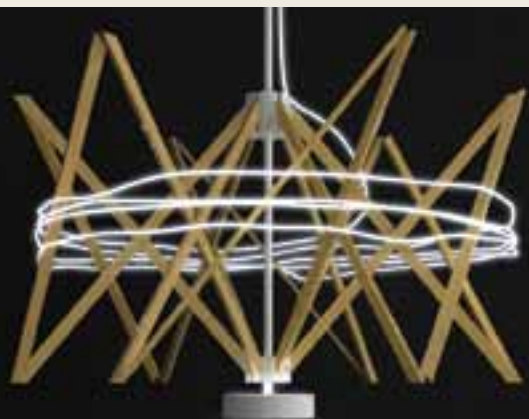
di *Patrizia Coggiola*

L'ABBANDONO DEFINITIVO DELLA LAMPADINA A INCANDESCENZA, FA SÌ CHE SI SPERIMENTI IN OGNI DIREZIONE CON LA TECNOLOGIA LED (SOSTENIBILE MA FREDDA), FACENDOLA DIALOGARE CON I MATERIALI, IL GESTO E ANCHE LE RIEDIZIONI DEI GRANDI MAESTRI. MENTRE C'È ANCORA CHI SI SOFFERMA SULLA POESIA DI UN LUME DI CANDELA...

Yradia è una lighting agency nata dalla partnership tra **Design Group Italia**, **D'Alesio&Santoro** e **Huub Ubbens** e nel corso della design week di Milano presenta un'installazione sulle interazioni possibili di luce, capacità della mente, risorse biologiche e nuove visioni.

Dietro alla lampada in porcellana artigianale **Fuse** c'è la firma di uno studio di designer emergente di Stoccolma, **Note**, e un marchio italiano nuovo fiammante, **Ex.T** che produce, comunica e distribuisce unicamente tramite la rete.

Giò Ponti e i suoi **Quadri di Luce**, serie di splendide cornici di luce: **Pollice Illuminazione**, che già si confrontava negli anni 50 con le innovative idee per l'interior dell'architetto, ha condotto una ricerca filologica d'archivio per rieditarne alcuni disegni originali.

Dritto alle origini della luce: il progetto di **Nendo**, tra i designer più acclamati di questi ultimi anni, per **Discipline**, brand lanciato nel 2012 da Renato Preti e fondato sul rigore nelle procedure per forma, materiali e processi.

Ecologia e flessibilità nel progetto dei fratelli **Baldessari**: ispirata all'arcolaio, la morfologia di **Arianna** consente un risparmio di energia e di materiali, perché per il trasporto può essere "compresso" fino al diametro minimo di 35cm.

Continua la riscoperta degli archivi di Le Corbusier, Perriand, Albini per **Nemo**, che ripropone il magistrale lavoro di **Le Corbusier** con il nuovo **Projecteur 165**, un corpo illuminante progettato dal grande architetto per l'alta corte di Chandigarh del 1954.

Tendenza cemento per le lampade presentate alla Galleria Luisa Delle Piane, disegnate da **Matali Crasset** per **Concrete by LCDA**. Questo giovane brand francese di arredi in 'lightweight concrete' sta rivoluzionando il modo con cui viene percepito questo materiale.

Come una diafana bolla di sapone che freme nello spazio, **Yoko** disegnata da **Anderssen & Voll** per **Foscarini** rilegge l'archetipo della lampada da tavolo.

IGuzzini presenta **Palco**, design **Artec3 Studio**, uno spot in alluminio dal design essenziale, flessibile, capace di personalizzare al massimo le cromie luminose grazie a riflettori intercambiabili, set di filtri colorati, warmtone e coldtone, schermi antiabbagliamento…

Essenziale e altamente tecnologica, **Ascent** (design **Daniel Rybakken**) di **Luceplan** conquista per la sua capacità di interagire con l'utente. Occorre infatti solo un gesto per regolare l'intensità di luce e portare, dall'alto al basso, il paralume.

Ramun, nuovo brand di illuminazione curato **dall'Atelier Mendini**, presenta la collezione di lampade Led progettate dallo stesso Alessandro Mendini: la lampada **Amuleto**, è un auguro alla salute e alla fortuna del nipotino, richiamando la triade del Sole, Luna e Terra.

Wästberg è una giovane azienda svedese che presenta un loro recente cavallo di battaglia, by **Claesson Koivisto Rune**: **W126**, lampada alimentata a Led capace di generare una luce calda e modulabile.

ECLETTICA SOBRIETÀ

di *Rocco Mannella*

C'è spazio per l'eccentricità e per il décor neo-barocco negli accessori che siglano lo stile del prossimo inverno. Con il loro corredo di borchie, tacchi scultura, pavé di cristalli, ricami cosmopoliti e dettagli rubati all'alta oreficeria. L'immagine che ne deriva non risulta però mai eccessiva perché è forte il richiamo a un'eleganza austera e un po' drammatica, che riporta in auge anfibi e biker boot, brogue e bauletti della nonna, suole carrarmato e sinuose modonature, solidi tronchetti e hand-bag ispirate al vestire country inglese.

Da sinistra: effetto "raw chic" per la borsa a mano di Prada che si abbina a scarponi con suola carrarmato; si ispirano alle opere di Allen Jones gli stivali da dominatrix de luxe di Gucci; giocano con inattesi squarci di nudo i sado-stivali di Salvatore Ferragamo: colori fluo e ciuffi di pelliccia accendono gli accessori di Fendi; cuissard "second-skin" per la party-girl di Emilio Pucci; borchie, catene e spunzoni animano la borsa e gli stivaletti punk di Versace.

Brit-nostalgia

Un'incursione nel tipico abbigliamento inglese che strizza l'occhio alle divise da equitazione e al classico vestire country. Il caldo abbraccio della nappa matte, del camoscio, del tweed e del vitello spazzolato che vivificano sandali dalle linee sfilate, brogue, hand-bag e bauletti dal fascino blasé.

1 Kokka
2 Gaudì
3 Borbonese
4 Gabs
5 D'Acquasparta
6 Castañer
7 Araldi 1930
8 Santoni
9 Gherardini
10 Casadei

Bottega Veneta

Urban rhythm

Tronchetti, anfibi e stivaletti biker scelgono la sicurezza senza tempo di forme stondate, tacchi spessi e suole carrarmato. In bilico tra grinta rock e spirito "on the road". Una scelta di carattere che mette in campo effetti craquelé, fibbie metallare, rilievi braille e minute impunture a contrasto.

1 Janet Sport
2 Piquadro
3 BB Washed
4 Serapian
5 Alberto Guardiani
6 Rucoline
7 O.X.S.
8 Nero Giardini
9 Rimowa
10 Rodolphe Menudier

Jil Sander

New baroque

Memorie di viaggi esotici e immaginifiche evocazioni di cotte da guerriere alimentano il materico appeal di tracolle, polacchini e sneaker "a collo alto". Tra ricami paisley, frange simil-tribali, catenelle intrecciate e fitte punteggiature di borchie, prende corpo un nuovo décor visionario e cosmopolita.

1 Nannini
2 Giuseppe Zanotti Design
3 Orciani
4 Voile Blanche
5 Malìparmi
6 Campomaggi
7 Desigual
8 Gaetano Perrone
9 L'Autre Chose
10 D-Side

Dolce & Gabbana

Eccentric touch

Un'eccentricità ludica e sensuale che punta sull'effetto sorpresa e si affida alla forza evocatrice di gustosi dettagli da esibizionista: tacchi scultura, puntali fiammanti, tocchi animalier, pavè di cristalli, gale couturofile, e gabbie da oreficeria de luxe. Per stupire e divertirsi.

1 O Jour
2 Liu Jo
3 Pura Lopez
4 Le Silla
5 Luciano Padovan
6 Stuart Weitzman
7 Guess
8 Sergio Rossi
9 Braccialini
10 Cafè Noir

Just Cavalli

PARIGINE,

Un'affermata redattrice di moda e la stilista delle borse di Balenciaga hanno dato vita a collezioni tutte loro. Che uniscono funzionalità e glam, pregio e riconoscibilità. Oltre ad una grande passione per il bel manufatto e il fatto di essere loro stesse le prime utilizzatrici dei loro prodotti. Per questo così facilmente usufruibili.

Myriam SCHAEFER

Myriam Schaefer

Artefice della iconica e straimitata borsa di Balenciaga, ha lavorato anche per Jean Paul Gaultier, Dior, Emilio Pucci sino al varo, lo scorso anno, di una linea tutta sua. Perfezionista, quasi maniacale, concepisce la borsa come un oggetto prezioso, funzionale, atemporale e dai dettagli preziosi.

Da cosa parte la sua concezione di una borsa?
Semplicemente parte da quello che io vorrei portare, penso alla borsa che ancora mi manca! Un pizzico di egoismo? Forse...Per me la qualità dei materiali e la sua durabilità nel tempo sono fattori imprescindibili.

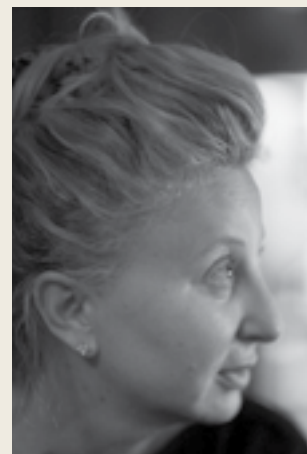
Le sue borse sono prodotte in Italia, dove? Perché questa scelta?
Sì, in Veneto. Artigiani straordinari, che mi hanno supportata sin dall'inizio.

E in Francia, non è così?
Sicuramente ne esistono anche qui, seppur in misura minore e non con lo stesso indotto. E soprattutto non con la stessa accessibilità: certo ci sono quelli che lavorano per Hermés o Vuitton, poi si scende nettamente di livello e non sono così operosi ed elastici come i vostri artigiani italiani.

Gaultier, Nina Ricci, Balenciaga, solo per citare alcuni dei nomi con cui lei ha lavorato: da chi ha imparato di più?
Ognuno di loro mi ha trasmesso indubbiamente qualcosa di prezioso, essendo figure di gran spicco. Ad esser sincera però, ho imparato di più dai modellisti: sono loro i veri 'mestieranti' che, lavorando lontano dai riflettori, hanno il merito di dar vita a manufatti a volte mirabili; se il creativo è l'occhio, loro sono le mani, metaforicamente parlando.

Lei ha una gran passione anche per i gioielli, a quando una linea firmata Myriam Schaefer?
È vero, prima o poi la farò sicuramente, quando le circostanze mi faranno incontrare un produttore come dico io, con cui entrare bene in sintonia.

Quali sono i mercati di maggior successo?
Gli Usa. Il primo articolo dedicato a me è apparso su Vogue America, le americane upperclass hanno un gran senso di moda lussuosa ma pratica e quotidiana. Lì sono riuscita a creare con alcune boutique, come Ikram a Chicago, rapporti davvero sinergici.

E in Italia, visto che qui son pure prodotte?
Per ora sono da Tea Rose a Milano.

CHIC E CREATIVE

di *Gloria Magni*

Tila MARCH

Tamara Taichman

Già affermata redattrice di Elle France, Tamara Taichman decide di realizzare per se stessa una funzionalissima borsa, di come non riesce a trovarne. Dall'apprezzamento che suscita, l'idea di creare una vera collezione, col marito Nicola Berdugo (da qui il brand Tila March, dalla libera contrazione dei nomi seguita dal mese del loro incontro), cui seguono le scarpe.

Non ho capito se continua a fare la redattrice di moda o se ha deciso di dare una svolta professionale alla sua vita.
Continuo, ed è pure molto importante per me continuare a farlo: la mia attività di stilista non è che una espressione creativa differente, più legata alla composizione grafica, agli assemblaggi, all'anatomia.

Chi scrive è una sua estimatrice e sa che le sue scarpe sono davvero molto comode, e consentono di camminare per ore di fila: quale è il loro segreto?
Semplicemente il fatto di indossarle io stessa, da mattino a sera, e di sapere bene qual è la differenza tra un paio di scarpe comode e uno che non lo è!

Continuerà la sua collaborazione con l'artista David Hicks?
Sì, riproponiamo la collezione Resort Tila March + David Hicks per la prossima estate con nuovi colori e disegni. La voglia di stampe anni 60 mi è venuta prima che diventasse un trend, ed ha costituito una iniezione di energia al mio business.

Dove sono prodotte le sue collezioni?
Dipende dai prodotti: in Italia, Francia, Portogallo, Cina e Brasile. Non è facile trovare nelle aziende il modellista che capisca davvero cosa voglio; ci sono tanti dettagli sottili che possono cambiare completamente un prodotto, dallo spessore della pelle alla morbidezza dei rinforzi interni, e così via.

Che cosa pensa dell'industria manifatturiera italiana?
In Italia c'è una creatività e un senso del bello che non si ritrova altrove. Per contro, c'è un modo di lavorare a volte poco metodico, che comporta più tempo e attenzione.

Quante boutique Tila March ci sono nel mondo?
Attualmente 15, di cui due a Parigi e alcune in Giappone.

Dopo le scarpe e le borse, quelle saranno le prossime tappe dello sviluppo del suo brand?
I clienti, soprattutto in Oriente, ci chiedono prodotti nuovi, ma io voglio perseguire la totale coerenza al mio stile, evitando di cedere a facili lusinghe.

I punti di forza della collezione P/E 2013?
Gli accostamenti cromatici in contrasto, come sulla borsa Lee e Mia e una spiccata attenzione ai cuoi naturali, quelli che diventano più belli con il tempo e l'usura.

Upcoming brands

di *Valeria Garavaglia*

Gli accessori "giusti" fanno il look: è la regola d'oro di ogni stylist, buyer di moda o fashion victim. E i marchi emergenti presentati in queste pagine, per le idee creative, la freschezza e anche - cosa fondamentale - la commerciabilità, sembrano avere le carte in regola per sfondare - e rendere "cool" chi sceglie i loro pezzi.

SOPHIE HULME

"Glam e ironia made in Uk"

La label Sophie Hulme è nata nel 2007 ma ha già all'attivo una it-bag. Si tratta della Armour Tote, una borsa rettangolare continuativa nelle collezioni, che ha conquistato stampa, buyer e fashion addicted. Laureata con lode alla Kingston University, nel suo studio a Islington la giovane londinese disegna rtw e accessori dallo stile androgino e minimalista. Collezionista fin da piccola, ogni stagione crea una catenina con un diverso ciondolo attaccato a ogni capo, dai cucchiaini ai dinosauri, ispirazione della collezione F/W 2012 con cui ha debuttato alla fashion week inglese. Asos.com, Selfridges, Barneys, Colette, Opening Ceremony e Joyce sono solo alcuni dei rivenditori globali del brand, presente in Italia da Base Blu.

www.sophiehulme.com

SALAR

"Geometrie da Città del Messico"

La funzionalità del prodotto si unisce all'estetica della moda nelle borse di Salar, brand creato nel 2011 da Salar Bicheranloo e Francesca Monaco. Messicano laureato in design industriale lui, pugliese fashion designer lei, entrambi formati al Politecnico di Milano, definiscono il loro brand di lusso accessibile.Lo stile è multiculturale e chic con un animo rock, le forme geometriche e i pellami morbidi, la produzione è made in Italy. Indicato da Vogue Talents come uno dei migliori marchi emergenti, Salar è stato selezionato da boutique italiane come Biffi, Luisaviaroma, White Gallery a Roma e Mimma Nanni a Bari, e internazionali come Harvey Nichols a Hong Kong, Iena a Tokyo e Very a San Pietroburgo.

www.salar.it

ANCIENT GREEK SANDALS

"I sandali alati degli dèi dell'Olimpo"

I modelli di Ancient Greek Sandals si ispirano ai miti e all'arte dell'antica Grecia, patria della fondatrice Christina Martini, shoe designer ex Balenciaga, Louis Vuitton e Iris, e del socio Nikolas Minoglou, proprietario di un'azienda calzaturiera ad Atene. Nato nel 2006 il brand ha collaborato con lo stilista greco Marios Schwab per la collezione in passerella alla London fashion week P/E 2013. I sandali, realizzati in pelle naturale con le tecniche della tradizione, sono in vendita in note boutique nel mondo tra cui Selfridges a Londra, Colette e Merci a Parigi, Banner a Milano, Bergdorf Goodman a New York, Boutique One a Dubai e Club 21 a Singapore.

www.ancient-greek-sandals.com

CHARLES PHILIP SHANGHAI

"Slippers 2.0"

Un giovane designer milanese trapiantato a Shanghai e innamorato delle camicie a righe, che in un caldo pomeriggio ha commissionato a un calzolaio locale una scarpa a righe bianche e blu. È nata così l'avventura di Charles Philip, che con l'amica Sheila Pitigala ha lanciato il marchio di slippers che porta il suo nome. Fresche ed easy-to-wear, le CP sono realizzate artigianalmente in cotone, lino, raso e altri tessuti di pregio in tanti diversi colori e fantasie. Un mix tra il confort della babbuccia marocchina e il glam della classica pantofola inglese, che ha garantito al brand un rapido successo internazionale. CP è distribuito nei principali multibrand e dept. store e a breve aprirà la prima boutique monomarca a Shanghai.

www.charlesphilipshanghai.com

opsobjects.com

TENNIS
€22

© courtesy of Integral Film

Rachel McAdams e Noomi Rapace nel film "Passion" (Brian De Palma, 2012)

EVA CONTRO EVA: GLI OPPOSTI SI ATTRAGGONO?

di *Enrico Maria Albamonte*

Anche la sobrietà a Parigi nasconde estremismi inattesi. Perché l'austerità che nella ville Lumière è sinonimo di controllo evoca una galleria di personaggi femminili da film noir o da fumetto dark, dove la rêverie che ha reso famosa la capitale lascia spazio a preoccupazioni più commerciali. E intanto la donna torna protagonista fra paltò over, baschine intriganti e nuovi grafismi.

Una ferrea disciplina impedisce sconfinamenti in un antistorico eccesso. Così l'India dei maharajah e la Londra elisabettiana nella loro aulica solennità trovano una convergenza con il regno della costruzione e del pragmatismo, nel nome della sperimentazione.

Miu Miu

Céline

Saint Laurent by Hedi Slimane

Chanel

MINIMAL vs BLING

MINI vs MAXI

Balmain

Alexander McQueen

Sedurre con classe, senza cedere a facili tentazioni di teatralità gratuita salvaguardando dignità e stile: il futuro è donna. Nella famiglia, nelle istituzioni, nell'arte, nella cultura. Lo ribadisce Sheryl Sandberg, braccio destro di Zuckerberg al timone di Facebook. Il mondo è pronto per il nuovo empowerment? Si vedrà. Intanto la moda a Parigi per il prossimo inverno gioca sul bipolarismo sottintendendo una nuova coabitazione fra iron ladies conservatrici stile **Hermès** in tailleur di pelle e twin set di cavallino e libertine da feuilleton. Qui **Marc Jacobs** per **Louis Vuitton** docet con le sue conturbanti falene da boudoir che fanno pensare al besteller "Belle et Bête" di Marcela Iacub. Di certo le impennate di un tempo sono da dimenticare in nome di una saggezza che rende le donne padrone del loro guardaroba e del loro desiderio di cambiare, per rifarsi un'identità e piacersi di più. Come insegna **Chloé** con un armadio ricco e vario all day long, fra cappe double e tunichette calibrate. Le due anime della donna, quella più decorativa e quella più intimista, quella più sfacciata e quella più innocente, si danno appuntamento sul set di film come "Passion" di Brian de Palma oppure di pellicole come "Stoker" in cui Nicole Kidman svela un côté perverso come ai tempi di "Dogville". Proprio lei, con il suo "Ritratto di signora", offre lo spunto per raccontare una femme parisienne controversa, che talora offre fianco a critiche. In principio era Betty Catroux al "Sept", il tempio della trasgressione, con le sue mise da nottambula androgina in vena di nuits fauves insieme all'inseparabile **Yves Saint Laurent**. Oggi, sotto le arcate del Grand Palais è proprio lei a rispondere "J'ai adoré" alle divertenti provocazioni di **Hedi Slimane** che manda in pedana una donna aristo-grunge, una Kate Moss intrisa di romanticismo noir,

Givenchy by Riccardo Tisci

Stella McCartney

Avvolgente o sbarazzina, la silhouette si modella sui contrasti fra volumi ipertrofici e allure ribelle, in un tourbillon di rimandi all'estetica punk o al mondo gipsy, nel segno della libertà ma anche del buon gusto.

Balenciaga

Chloé

L'eterna antinomia dei due poli opposti della scala cromatica diventa il filo conduttore di abiti grafici e mise da educanda, fra echi minimal e suggestioni fiamminghe. Per un nuovo bon ton che profuma di mistero.

BLACK VS WHITE

lo stesso che a Parigi si mette in mostra con l'esposizione "l'ange du bizarre" al Musée d'Orsay. Gambe ben in vista, occhi bistrati, camicie a scacchi alla Kurt Cobain, collant di cristalli a rete, abitini stile Impero ricamati di fiori alla Jane Birkin, pellicciotti di volpe cipria come nella collezione anni 40. Una "belle de jour" che alle scarpine borghesi di Roger Vivier d'antan preferisce le Doc Martens tempestate di borchie. Ma la carica sovversiva di quella donna Rive Gauche - ma anche molto Gauche Caviar che scende in piazza e si infila le mani in tasca - è ancora lì, pronta all'appello. Applaude in prima fila Jessica Chastain, la star di "Zero dark Thirty" fasciata da satin scarlatto: il ragazzo della silhouette Slim rimette tutto in discussione e fa centro. Parigi, la bella addormentata, aveva bisogno di un simile scossone: troppe collezioni si accalcano in un calendario caotico. Ci sono però le eccezioni: i tweed succinti di **Chanel** evocano una Parigi mondializzata che con le sue luci notturne confonde il giorno con la notte. E poi **Riccardo Tisci** da **Givenchy**: lo stilista mette in scena una delle sue collezioni più riuscite fra romanticismo vittoriano e riferimenti gipsy. L'insieme è molto suggestivo: baschine di pelliccia a pelo lungo, montgomery da bad girl, stampe aranciate che ritraggono Bambi, lunghe gonne trasparenti da zingara peccaminosa da portare sotto pull da ragazzaccio ricamati però con bolli luminosi. L'idea è sempre e comunque sport couture che alimenta l'ambiguità. Succede da **Ungaro**, dove **Fausto Puglisi** rende omaggio al grande Emanuel, delfino di Balenciaga, con gessati e bolli, tute divise fra animalier e motivi mannish, giallo Lamborghini (per usare le sue parole) e celeste baby. Ancora qualche stagione e il ragazzo forse sboccerà. Vedremo. Anche **Valli**, più maturo, manda in scena una

Valentino

Dior

WANG CHEZ BALENCIAGA: THE NEW KID IN TOWN

Nel quartier generale della maison Balenciaga a Rue Cassette a Parigi lo hanno definito un prologue. Di sicuro il battesimo del fuoco del direttore creativo Alexander Wang, che oggi viaggia fra Parigi e New York, fa già discutere: un esordio in positivo-negativo (bianco e nero) fra stampe organiche ispirate ai minerali e pellicce screziate. Molti abiti, realizzati in tempo record fra dicembre e febbraio, rivisitano con modernità la lezione del maestro: volumi tondeggianti egg-shaped, frac inediti, lavorazioni 3D, pullover craquelés, cioè dipinti e poi una volta essiccati spaccati, camicie e abiti che confondono il davanti con il retro. Senza contare la nuova it-bag grafica Maillon contraddistinta dalla catena stilizzata. Come inizio non c'è male.
e.m.a.

Alexander Wang

Il gioco dell'ambiguità continua imperterrito il suo corso. In scena un universo gender bender dove le barriere fra i sessi sono sempre più evanescenti in omaggio a una nuova, disinibita femminilità.

Hermès

Yohji Yamamoto

Louis Vuitton

Jean Paul Gaultier

MASCHILE vs FEMMINILE

donna irrequieta, di gran classe: il parka convive con gli abitini verde acqua cosparsi di broches gioiello, l'ispirazione urban e pratica è coerente con il glamour dei tubini dal carré in visone, e la nuova Vally Bag che si apre come il clic di un mouse. Il dualismo fra sportswear e romanticismo cattura l'attenzione di una cotonata January Jones e di Renée Zellweger, spiazzate dalle silhouettes di **Miu Miu**. "Mi sono lasciata guidare dall'istinto: tutto è molto frivolo e sportivo" commenta Lady Miuccia. Sulla pedana a grata metallica incedono tailleur ben strutturati dove la giacca da marinaio simula il parka. La linea è sinuosa, i pois flirtano con le righe, le zip malandrine solcano le gonne tecniche matelassé o gli abiti sirena, il rosa bubble gum accende il cappottino di persiano e la maxi borsa a mezzaluna in pelle di struzzo: chic, un po' fumetto. Del resto senza ironia che moda sarebbe? Ne sa qualcosa **Gaultier** che ritorna alla sua verve anni 80 con corpetti sagomati stile "la pelle che abito" di Almodovar dalle maniche amovibili e patchwork iridescenti o in pelliccia, al sicuro stavolta dalla rabbia animalista. La moda è l'unica industria che per andare avanti deve fare un passo indietro. Ma quando si rilegge la storia dell'arte e del costume è diverso: qui siamo in un terreno di rêverie (bentornata). L'operazione è riuscita sia da **Valentino** che da **Alexander McQueen**. Magniloquenza talare da McQueen by **Sarah Burton** per un defilé confidentiel all'Opéra Comique con soli dieci look: le perle dei rosari si annidano negli alveoli dei romantici abiti da ballo in organza o in quelli da papessa nera crivellati di decori gioiello. Per Valentino come per McQueen il collo è il baricentro della silhouette: nudo o coperto da colletti e gorgiere alte o piatte come ai tempi di Vermeer e di Rembrandt per un look da "ragazza con l'orecchino di perla". Resa incondizionata davanti ai ricami neo barocchi della maison romana che rimandano alle porcellane di Delft.■